

# **Dal dono al souvenir. Pratiche del dare e avere tra economia del turismo e cultura dell'ospitalità**

**Lucilla Rami Ceci**

---

## **Abstract**

The Tourist economy is now the most obvious tip of the complex structure of the post-colonial societies. The tourist economy substituted in many countries defined as emerging, gradually and not without destabilizing effect on social and political relations, the traditional economy with western models of development. In these societies the tourism has become essential for the presence of an attractive cultural heritage – often valued only for the archaeological endowment – and the lack of other industrial activities. Here, just a long time, sites of historical and natural interest make up the scene of contacts between locals and visitors. The anthropologist who critically recalls his role is seen as internal into business and symbolic practices belonging representative and cultural objects. The dynamics of knowledge are confused with those of the exchange and solicit reflections on the meaning of the gift and its utilitarian implications. The ethnographic and iconographic documents, collected by the author of the speech, during more than ten years of research in South Jordan illustrate how the repertoire of cultural productions, narrative and objects is taking place into the global economic circuits. How the meaning of the hospitality changes? What do the visitors leave into the local society? It seems that the global management of the culture and its products, reproducing, displaying and placing on the market the traditional assets, translates the diversity into a pure and simple representation.

## **Keywords**

Tourist economy; cultural Heritage; symbolic practices; traditional hospitality; Anthropology of the gift

---

## Identità, reciprocità e nuovi cosmopolitismi.

«'Where you staying?' the Bedouin asked. 'Why you not stay with me tonight – in my cave?' He seemed enthusiastic – and we were looking for adventure» ( 'Dove stai soggiornando?' Chiese il beduino. 'Perché non resti con me questa notte, nella mia grotta?' Appariva felice – ci aspettava un'avventura) [van Geldermalsen 2007, 1].

Inizia con queste parole il racconto biografico di Marguerite van Geldermalsen, nata e cresciuta in Nuova Zelanda e sposata ad un beduino venditore di souvenir nell'antica città di Petra, in Giordania. E' il 1978 quando la giovane turista in viaggio con alcuni amici attraverso il Medio Oriente incontra il carismatico Mohammad e se ne innamora. Lo sposa. Impara a vivere in caverne naturali che si aprono nella roccia di arenaria, come i fantastici Templi di Petra scavati più di duemila anni fa; si abitua a cucinare sul fuoco e a raggiungere con l'asino i pozzi per raccogliere l' acqua, a bere il dolce té nero dei beduini; impara il loro dialetto arabo, la loro religione, le loro usanze; dà alla luce tre bambini. Negli anni seguenti sente di dover restituire ciò che le è stato donato facilitando i contatti dei nuovi visitatori con la gente del luogo, offrendo loro ospitalità, mostrando la funzione pratica di alcuni oggetti d'uso quotidiano venduti dai beduini come souvenir: alcuni di quei viaggiatori l'hanno incoraggiata a scrivere la sua straordinaria esperienza.

Marguerite ci offre un esempio di come «l'identità non ha un valore di essenza, ma deve piuttosto e più correttamente essere considerata uno scenario ampio e mobile, non una realtà acquisita» [Callari Galli 1999, 104]. L'identità vista come un processo, nella sua dinamicità e mutevolezza [Simmel 2005; Maffesoli 2007], si costituisce nella contemporaneità come una delle più interessanti aree nelle quali individuare le tracce di quella che viene definita *economia del dono* [Mauss 1965; Caillé 1998; Latouche 1997]. Negli scenari del turismo contemporaneo dove i vissuti locali si intersecano con le logiche del dare e avere del neocolonialismo mercantile [Thomas 1991; Appadurai 2001; Marconi 2005; Rami Ceci 2008], è possibile individuare le traiettorie non più così lineari che le identità di singoli attori assumono all'interno di pratiche che non possono più essere lette come un semplice dato « economico-politico » [Polanyi 1978].

Durante una lunga esperienza di ricerca in Giordania che si è sviluppata a partire dalla fine degli anni Novanta ho raccolto e ricomposto più volte un repertorio di immagini che raccontano di questi scambi. Potrebbero essere declinati in rapporto a categorie essenziali classicamente viste come oppositive: occidentale/oriente, Stato/tribù, modernità/tradizione, vecchio/nuovo, locale/globale, interesse/solidarietà. Al contrario l'occhio della macchina fotografica, *storicizzato* [Danto, 2007] attraverso le ripetute visite e i rinnovati incontri dell'etnografa con i «locali» e con i «turisti», scopre mondi culturali in bilico. Se si ha la pazienza e la curiosità di scorgere al di là dei contorni netti e nitidi della retorica dell'incontro con l'«altro», sarà possibile rilevare come in

questi nuovi universi di significato le dinamiche della conoscenza si confondono con quelle dello scambio rituale e codificato di una società tradizionale. Contemporaneamente questa società, mentre si sforza di conservare, «per gli altri» essenzialmente, l'immagine non alterata di una struttura folklorizzata di scambi primitivi operanti nella messa in scena della cultura antica, stenta essa stessa a riconoscere la coesistenza al suo interno di pratiche economiche *ibride*, per così dire [Latouche 2000, 47]. L'industria del turismo basata sulle regole del capitalismo moderno in cui l'economia è apparentemente incastonata (*embedded*) nella istituzione del mercato e sembra imporre la sua logica, quella del profitto, al di sopra degli altri valori umani e degli altri sistemi interpretativi, si innesta spesso in aree dove la popolazione locale appare, a noi visitatori stranieri, «abbarbicarsi ad irriducibili alterità» [Faeta 2005]. Lo studioso, al tempo stesso viaggiatore e antropologo, sa di muoversi lungo una zona di margine, di confine, di contatto culturale e di dialettica sociale nella quale è la sua stessa identità a mettersi in gioco: nelle società la economia delle quali era basata sul principio di reciprocità, il dare e l'attesa di una restituzione implicavano un impegno morale. La mancata restituzione di un dono, di un servizio o di un favore era vista come un «perdere la faccia». Il dono appariva dunque come un'estensione dell'io e il rifiuto di «dare», un rifiuto di amicizia e di relazioni.

Queste sottili logiche possono essere individuate oggi nei complessi meccanismi attraverso i quali si strutturano per tempi più o meno lunghi, in condizioni di maggiore o minore «distanza culturale», i rapporti economici tra gli attori della performance turistica. Ma l'antropologo non può ignorare che il prodursi di queste relazioni ha degli effetti, per molti dei protagonisti di questo scenario, sul processo di ridefinizione dell'identità nell'ambito di un sistema nazionale e delle sue articolazioni interne [Clifford 1999].

Quanto si produce a livello inconscio si rivela impietosamente all'occhio della macchina fotografica in una delle scene che ci colpiscono di più, poche decine di metri oltre l'ingresso del sito archeologico di Petra. Stiamo imboccando la stretta gola (*Siq*) che conduce alla valle della città antica. All'interno di una grotta scavata nella roccia di arenaria un *souvenir-shop* offre ai turisti i ricordi di Petra e della Giordania. Poco fuori della *cave*, allineati sul terreno in bella mostra su di un vecchio tappeto di foggia orientale, tutta una serie di caffettiere (*dalleh*), di apparecchi per pestare il caffè (*mehbash*), di piccole lucerne di fattura nabatea si prestano alla rappresentazione della civiltà antica, da prima dei romani all'epoca islamica (vedi foto 1). Questi oggetti raccontano di una popolazione carovaniera, i Nabatei, originaria della penisola arabica, che nel VI° secolo a.C. si insedia nella inaccessibile valle di Petra (Sud Giordania). Di qui controlla i commerci della cosiddetta *via della seta* e fonda uno Stato la cui economia è basata sul commercio e sulle imposte di transito. Sviluppa una superba architettura utilizzando la friabilità di un tipo di roccia calcarea,

l'arenaria, scavando e decorando con un proprio stile Templi con funzioni celebrative e funerarie, oggi inseriti nella *World Heritage List* dell'Unesco.



Foto 1. Petra ( Giordania) Souvenir e simbologie nazionaliste (Foto Rami Ceci)

Continuando l'osservazione notiamo, su alcuni tralicci sovrastanti l'esposizione degli oggetti in vendita, un'enorme bandiera dello Stato giordano. Sembra voler chiudere il cerchio temporale che quegli oggetti stanno a sottolineare riconducendo il visitatore all'attualità politica e istituzionale nella quale quel sito e quell'attività trovano la loro ragione d'essere, storica ed economica. A neanche un metro di distanza un gabbiotto della Polizia di Stato entra perentoriamente nell'angolo visuale che la macchina fotografica contiene per intero e ci mostra in tutta la sua autorevolezza l'insegna del *Tourist Police* messa lì, recentemente, a tranquillizzare i visitatori circa la sicurezza dei luoghi. Il sito, sottratto con il processo di patrimonializzazione al controllo diretto delle popolazioni locali che attraverso il dono dell'ospitalità garantivano la incolumità dei pellegrini, viene ri-contestualizzato come Patrimonio della Nazione e assegnato alla tutela della forza pubblica. Nel nuovo modo *protetto* con cui si manifestano le pratiche del commercio e si intessono le fugaci relazioni di contatto tra i «locali» e il turista, quest'ultimo deve avere netta la sensazione di trovarsi di fronte ad una realtà incorporata nella sua totalità – beduini, tradizioni, usi locali, architetture e habitat rupestri, riti dell'ospitalità e quanto altro – nel sistema dello Stato-Nazione che tutto controlla e tutela.

### Iconografie dell' altrove e scambi globali

Costruire o *ri-costruire* l'identità al di sopra delle diversità locali, talora ritenute antiquate, logore e scomode dalle élite intellettuali e politiche che governano i paesi in via di sviluppo può, proprio per questo, rischiare di concedere spazi

ai meccanismi di omologazione culturale. All'ingresso del sito archeologico dell'antica città di Petra, oggi classificata come seconda meraviglia del mondo, superato frettolosamente il *Visitor Center*<sup>1</sup>, negozietti di souvenir incastonati nelle millenarie pietre accolgono i turisti con un insolito biglietto da visita (vedi foto 2). Sopra l'ingresso un'enorme insegna dichiara, insieme all'offerta di bevande ghiacciate, gelati, snacks e vari tipi di caffè arabico, che ci troviamo nella terra di acquisizione di *Indiana Jones*. L'eroe cinematografico americano che con il suo inseguimento a cavallo nella stretta gola del Siq, rese famosa la città nabatea in uno dei più arcinoti *action movie*<sup>2</sup> degli ultimi anni, sembra essere stato scelto come simbolo della rilettura cultural-popolare dell'antico sito, per dare il benvenuto al visitatore : scenari ormai così segnati da elementi appartenenti alla cultura occidentale ci creano un sottile disappunto. Vedere luoghi e simboli delle società che abbiamo scoperto e turisticizzato, resi icone commerciabili e veicolate attraverso i format della comunicazione occidentale contemporanea, ci imbarazza e ci delude.



Foto 2. Petra ( Giordania) Simboli dell'altrove ed economia globale (Foto Rami Ceci)

Questa restituzione di un luogo rimasto sconosciuto per più di un millennio vorremmo riceverla intatta, nella sua, per noi indispensabile, *naturalità*. Vorremmo il suo corpo non violato da tanta pubblicità e commercializzazione come se fossimo i primi a scoprire e carpire i segreti che esso ancora cela tra le sabbie e le rocce rosa, nelle *caves* e all'interno dei muti spazi

<sup>1</sup> I turisti organizzati, incolonnati da guide bilingui scelte dai *Tour Operators*, raramente si soffermano presso il *Visitor Center*. I gruppi hanno infatti tempi molto stretti per svolgere le indispensabili pratiche alla biglietteria ed è loro noto che la visita del sito sarà piuttosto lunga e faticosa. I *souvenir* verranno preferibilmente acquistati all'interno della città antica, nei banchetti di fronte ai Templi.

<sup>2</sup> In *Indiana Jones all'ultima crociata*, film americano del 1989 diretto da Steven Spielberg, l'avventura dell'eroe moderno, professore di archeologia, si conclude proprio nel fantastico scenario dei Templi di Petra in Giordania.

dei maestosi Templi. Vorremmo i beduini, *veri*, donarsi alla nostra vista con i loro modi tradizionali rudi e gentili, sottomessi e rassegnati al ruolo di controfigure dal glorioso passato. *Indiana*, nel sequel a lui dedicato da alcuni dei registi più prestigiosi del cinema americano come Lucas e Spielberg, abbandonato il suo ruolo di professore universitario per calarsi in quello sdrucito dell'avventuriero in cerca di tesori nascosti, rappresenta un'icona nell'immaginario popolare locale. L'iconicità filmica funziona da strumento di legittimazione di un discorso ideologico sull'antico che avendo sostenuto la spoliazione, in tempi coloniali, dei Patrimoni culturali e archeologici dei popoli dominati, oggi copre con le sue retoriche classificazioni visive le sottili dinamiche dell' *intimità culturale* su cui si fonda il sentimento di appartenenza ai luoghi da parte della comunità locale [Herzfeld 2003]. L'offerta di un'utopica possibilità di riscatto storico-sociale che abbraccia il progetto nazionale di una Giordania quale esempio di paese arabo moderno, trova nei beduini, un tempo scavatori delle missioni archeologiche oggi più spesso guide turistiche o semplici portatori d'asini nell'antica città nabatea, destinatari privilegiati : insegnare in una università? Forse no. Fare del cinema, magari sì! I media contemporanei offrono oggi « un parco mutevole di vite possibili alcune delle quali entrano nelle immaginazioni vissute della gente comune », come ci ricorda Appadurai (Appadurai 2001, 77). Anche se non garantiscono soluzioni concrete al proprio vivere quotidiano, l'accesso ai contenuti dell'industria culturale globale e la loro manipolazione producono marcatori semiotico-culturali che permettono la de-territorializzazione dell'immaginario e della stessa vita sociale degli individui. Inoltre, l'attuale modernità degli abitanti dei siti antichi si è offerta loro ponendo, come suggerisce Jan Chambers, interrogativi sul passato, indossando le vesti dell' *esotico - turistico* che ricicla nella dimensione dell' « economico » i linguaggi delle più lontane e diverse contestualizzazioni culturali [Chambers 2003, 29]. Coloro che vivono o lavorano nei siti storici turisticizzati dilatano smisuratamente l'orizzonte culturale di origini immaginate come *mitiche* , inscrivendo parti della loro identità nei brandelli testuali di differenti narrazioni, talora capitate lì per caso [Ranger, 1996]<sup>3</sup>

Nel constatare la consapevolezza che le popolazioni locali hanno del valore *economico* dei beni e delle informazioni che si trovano a gestire [Douglas – Isherwood, 1984] mi sono più volte domandata: l'occidente ha donato loro la modernità e loro hanno contraccambiato donandoci i loro tesori archeologici, la rappresentazione della tradizione e della vita antica, perché li preferiremmo cristallizzati in un *arcaismo* che non gli appartiene più? Il linguaggio scelto per l'insegna dello *snack-shop* crea un conveniente canale di comunicazione che consente, da un lato, la vendita di merci utili al turista, dall'altro la possibilità,

<sup>3</sup> Non deve sorprendere dunque il camuffamento delle guide locali che cedono alla tentazione di somigliare ad Harrison Ford nelle vesti di Indiana Jones indossando un bisunto cappellaccio da avventuriero o a quella di imitare Johnny Depp che interpreta il pirata Jack Sparrow lanciando alla corsa poderosi destrieri arabi lungo gli stretti wadi di Petra.

per i « nativi »<sup>4</sup>, di essere identificati come *connessi* alle reti del mercato transazionale dei prodotti dell'industria culturale.

Nei contatti che si stabiliscono talvolta tra i turisti e i « locali » e tra i « locali » e i visitatori<sup>5</sup>, un miscuglio di gesti, linguaggi, pratiche, usanze, finalità espresse e taciute crea quello che ho definito un particolare *microclima culturale* [Rami Ceci 2008, 141]. Questo si deve ad una intenzionalità non sempre chiaramente espressa di scambiare, trasmettere, comunicare, donare e al tempo stesso ricevere, godere, compiacersi che coinvolgi i soggetti impegnati in questa interazione sociale. Nel magma confuso e a-personale del mercato turistico globale, si crea imprevedibilmente un fluido tipico di quel genere di alleanza che esprimono le persone legate da « socialità primaria » come ci ricorda A. Caillé [Caillé 1998]. Nei siti archeologici, definiti anche *open museums* (musei all'aperto), si produce assai più frequentemente che nei musei metropolitani quella situazione di spaesamento e disorientamento del visitatore che fu definito agli inizi del secolo scorso *museum fatigue*<sup>6</sup>. L'espressione *museum fatigue* fu coniata da Benjamin Gillman che condusse i suoi studi al Museum of Fine Arts di Boston nel corso degli anni Venti e Trenta del XX secolo utilizzando lo strumento fotografico. Se ne servì per «catturare» le posture delle persone e per studiare l'utilizzo dello spazio all'interno dei percorsi espositivi. Il fenomeno dell'affaticamento da visita (considerato in termini sia fisici sia cognitivi) venne approfonditamente analizzato e Gilman, così come gli altri ricercatori, fecero ampio ricorso all'osservazione per arrivare alla conclusione che certe opere e sezioni di allestimento richiedevano più sforzo per essere viste e fruite a causa del modo con cui erano presentate. Un «tributo» che il turista/visitatore sembra dover fisicamente e psichicamente pagare in cambio dell'arricchimento in termini di «sapere» ed «esperienza».

Mentre nel Museo le esposizioni di oggetti sono state realizzate seguendo un dettagliato progetto elaborato dagli allestitori, dai museologi e oggi dai tecnici delle installazioni multimediali, in siti come quello di Petra il Patrimonio architettonico - archeologico, soggetto a degrado, si è compenetrato nel tempo in scenari naturalistici essi stessi in trasformazione. Le distanze, le difficoltà di

<sup>4</sup> Uso questo termine nell'accezione dell'antropologia critica contemporanea che lo ha depurato di tutte le implicazioni ideologiche che lo connotavano. I cosiddetti «nativi» sono essi stessi «gente in cammino» [Clifford 1999]. La tribù beduina dei Bdoul, la più numerosa componente etnica stanziale nell'area della città antica di Petra, vi si è insediata da appena un centinaio di anni! [Rami Ceci 2008, 129 e sgg.]

<sup>5</sup> I visitatori hanno differenti ruoli: quello dell'etnografo, dell' archeologo, della guida, dell'amministratore, del manager. Venendo da altri luoghi di vita per motivi di lavoro o di studio, sono pur sempre dei turisti: hanno infatti un impatto transitorio in queste realtà, ne sfruttano i servizi, i mezzi di trasporto, le risorse, volgono su di esse uno sguardo talora solo *analitico*, in alcuni casi *empatico*.

<sup>6</sup> Ricordo che questa prassi di ricerca si impose nella letteratura scientifica all'inizio del XX secolo e ha fornito abbondante materiale empirico a disposizione di museografi e ricercatori grazie, in particolare, ai lavori condotti insieme a Benjamin Gillman da Edward Robinson, Robert Melton, Otto Neurath.

accesso, l'isolamento del viaggiatore, sembrano imporre ad esperti e visitatori logiche di attraversamenti e soste regolate da una prassi turistica attenta ad una dimensione essenzialmente "economica" dell'uso del tempo e dello spazio. Ma proprio in questi luoghi in cui si incrociano flussi complessi e mondi vitali protesi in uno spazio immaginario oltre che reale, dove si intessono reti al di là delle genealogie nazionali<sup>7</sup>, è possibile che modelli *globali* assumano forme *locali*, si «indigenizzino» e creino, come è stato detto, «cosmopolitismi alternativi» [Appadurai 2001, 91].

Sembra che le relazioni fra le persone prendano il sopravvento sulle relazioni fra le funzioni [Caillé 1998]. Identità *monolitiche* si sgretolano sotto i nostri occhi inconsapevoli mentre cerchiamo di «rendere» al meglio ciò che sappiamo «fare» e «dire» dal punto di vista della nostra cultura, nel tentativo di contraccambiare la disponibilità dell'altro, il suo interesse a mostrarsi «ospitale». Ciascuno irrompe in un sito turistico come quello di Petra per differenti motivi e con diverse finalità. Ognuno (*host*) prende e dà qualcosa che l'altro (*guest*) si aspetta di ricevere: le *ragazze* come Marguerite che arrivano desiderando libertà e avventura, si legano ai "locali" e oggi le loro figlie indossano l'abito lungo islamico, portano il velo ma studiano anche *business administration* alla University of Jordan di Amman. I *ragazzi* come Muhammed, beduino Bdoul, che si mostrava ai miei occhi premuroso con la sua moglie svizzera Cheril, oggi guidano le giovani turiste giapponesi sugli impervi sentieri che conducono al *Luogo del sacrificio*, con attenzione e cortesia. Gli *scambi linguistici* sono sempre più numerosi e contribuiscono in modo sostanziale alla ridefinizione delle identità, locali e *in transito*. Ricordo come Sara, figlia di Muhammed e Cheril, bambina dai capelli biondissimi e dalla pelle olivastra, durante le nostre conversazioni alternava qualche parola di tedesco ad alcune tipiche espressioni arabe nelle quali, divertendosi un mondo, coinvolgeva la madre che avendo appreso la lingua da adulta stentava un poco nell'uso di alcune parole: Sara aveva certamente imparato l'arabo dal padre e dai nonni e usava le stesse espressioni in modo molto appropriato. Ma la piccola, volendo restituire l'attenzione che mostravo nei suoi confronti, non perdeva occasione per rivolgersi a me con certe frasi convenzionali in inglese. Le sentiva spesso pronunciare dagli altri ragazzini Bdoul che si rivolgevano ai turisti fermi presso la tenda/ shop dove i suoi genitori vendevano *souvenir*, all'ingresso del grande sito archeologico di Petra.

Altri vengono solo per vacanza e, attivando pratiche economiche che incentivano la ricchezza nella società d'accoglienza, mettono alla prova le certezze tessute nel loro habitat pianificato, attraverso gli ambivalenti e talora *ambigui* contatti con l'ospite ( *host*) di quest'altro mondo. Gertrud, con la quale conversavo spesso durante i miei primi soggiorni di ricerca a proposito dei

<sup>7</sup> Arjun Appadurai per indicare questa socialità diffusa ha elaborato il concetto di *etnorama* che potrebbe sostituire efficacemente, nell'universo della contemporaneità, termini quali villaggio, comunità, paese [Appadurai 2001, 52,71].



nostri rispettivi viaggi, era solita «venire nel deserto» con la sua compagna americana Barbara e con una bimbetta cinese che ambedue avevano adottata. Mi raccontava che ogni anno, in primavera, viene a passare del tempo in Giordania, avendo affittato da 10 anni una casa piena di comfort a Tabiyya, villaggio a pochi chilometri da Petra. Nei siti turistici, divenuti attrattivi anche dal punto di vista economico per gruppi sociali di etnie e culture diverse da quelle cui appartengono i locali, giungono famiglie di migranti in cerca di una sistemazione. Petra è divenuta meta di nomadi (abīd)<sup>8</sup>, famiglie di beduini semistanziali (a'ilah), genti straniere di passaggio e mai più ripartite, i cosiddetti *gipsy*<sup>9</sup> (Albright 1935, 19) e, più recentemente, individui fuggiti dai territori occupati o in guerra, immigrati da aree di conflitto, artisti, scrittori, fotografi. Questi sono a tutti gli effetti anche spostamenti, scambi e prestiti di tradizioni culturali. Avvengono in tutte quelle parti del mondo che ad un certo momento sono ritenute da alcuni gruppi il luogo migliore dove tentare l'avventura dell'esistenza. Le tradizioni si radicano: vanno a costituire il nuovo tessuto culturale sincretico. Oggi si meticciano, ad esempio attraverso le influenze dei repertori della cultura musicale contemporanea e occidentale e vengono poi, così modificate, *donate* ai visitatori come reliquie di un Patrimonio locale "incontaminato". Lo metteva in luce qualche tempo fa Federica Lupo, ricercatrice e *turista politica*, con una raccolta di testimonianze effettuata a Caracas (Venezuela) « Ognuno portò con sé la sua cultura: la gente di Barlovento i *tambores*, la gente di Margarita il *polo* e così via... » racconta Eduardo Lopez, detto "Mao", in una conversazione con la ricercatrice (10/12/2009). Federica sottolinea nel suo lavoro come i *tambores* suonati in Venezuela hanno una chiara origine africana ed è un genere di musica molto diffusa nella parte costiera del paese. Il *polo*, come il *galerón* e la *jota*, sono canti tipici dell'Est venezuelano, in particolare dello Stato Nueva Esparta. Il *polo* è un canto che serve a raccontare la quotidianità e che permette di diffondere le storie popolari e cantare, con battute allegre, alla terra, al mare, al lavoro e alla vita. « Alberto – prosegue Federica - un pomeriggio in cui parlavamo di un gruppo musicale, il 'Grupo Madera'<sup>10</sup>, mi regalò, con le lacrime agli occhi, una rivista che lui custodiva gelosamente: quello era un preziosissimo dono per me. Nella rivista c'era un intero articolo dedicato al documentario realizzato sul gruppo musicale e alle motivazioni che avevano spinto il regista a pensarlo » [ Lupo 2010 ]. Queste riflessioni fanno pensare a linee di tangenza tra forme di migrazione, talora interne, e pratiche turistiche assimilate nei comportamenti

<sup>8</sup> Con questo termine arabo si indica un individuo appartenente ad una categoria sociale inferiore, quale "servo" o "schiavo".

<sup>9</sup> Termine che indica l'appartenenza a gruppi gitani, zingari.

<sup>10</sup> Il "Grupo Folklorico Experimental Madera" nasce a Caracas negli anni '70 del XX secolo. Riunisce intorno al suo progetto la sensibilità artistica del *barrio* venezuelano e le istanze rivoluzionarie che attraverso la musica il *barrio* esprimeva. Una buona parte dei componenti del gruppo muore in un incidente stradale durante una tournée in quella che passò alla storia locale e nazionale come "la tragedia dell'Orinoco".

quotidiani di « viaggiatori per forza » che miscelano le loro tradizioni linguistiche, musicali, artistiche, creative con l'humus ibridato dagli attraversamenti tipici dei territori venduti al turismo globalizzato [Chambers 2003].

La cortesia dei locali, nei siti turistici, talora appare eccessiva e « noi occidentali » abituati ad una quasi sempre opportunistica riservatezza con gli altri ci mostriamo piuttosto insofferenti a questi slanci di generosità. Ogni volta che i miei colleghi giordani vengono in Italia per un convegno da me invitati ma anche quando, causa l'inevitabile scalo romano, sono semplicemente di passaggio per recarsi in altre città del nostro paese, non mancano di caricarsi di scatole di squisiti dolci arabi, di sacchetti di spezie, di caffè delle più diverse provenienze mediorientali. In questi casi, come ci faceva notare Serge Latouche nel caso della Mauritania, il  *dono*  funziona nonostante i rapporti istituzionali e commerciali che caratterizzano queste persone siano perfettamente  *situati*  nell'occidente « la catena dei doni e contro doni che inquadra la vita, peraltro mercantile e moderna, e s'intreccia con essa  *incorpora*  l'economico nel sociale » [Latouche 1997, 47]

### Merci, doni, economie in bilico

Ma come molti studi ci hanno dimostrato [ Polanyi 1978; Rossetti 1979; Latouche 1989; Massad, 2001], l'introduzione del mercato, un tempo nei paesi in via di sviluppo oggi negli Stati postcoloniali, non ha costituito un evento innocuo nella struttura della società tradizionale basata sulla solidarietà reciproca. Per fare un esempio, l'immissione sui mercati locali di merci come i materiali da costruzione o gli attrezzi da lavoro i cui prezzi sono decisi altrove spiazza l'acquirente che basa il proprio potere d'acquisto su risorse tradizionali in via di esaurimento, quali la pastorizia. Questo anche a causa del processo graduale di desertificazione che riducendo il bestiame limita le

possibilità di scambio e vendita di beni ritenuti un tempo di fondamentale importanza per l'equilibrio economico della famiglia. La creazione delle nuove reti di distribuzione di acqua ed elettricità fino nelle aree più distanti dai centri abitati ha generato imposte su utenti non sempre in grado di corrispondere in denaro il dovuto. Gli oggetti del commercio legato al turismo, non più connessi all'auto produzione ma acquistati dai grossisti nelle reti di distribuzione urbane di merci internazionali, rende fisicamente percepibile anche agli indigeni l'esistenza di un sistema di scambio le cui logiche sono esterne agli universi di significato ai quali l'economia tradizionale faceva riferimento. Tuttavia il lavoro etnografico ha rilevato come i consumi di beni acquistati nei mercati cittadini, quali scatole di tè e caffè, sacchi di farina e di calce, non sono fine a sé stessi ma innestano operazioni di riciclo, riuso, riadattamento, dei singoli materiali e oggetti, per funzioni diversificate: i sacchi contenenti farina o spezie, una volta scuciti, sostituiscono spesso oggi giorno i teli di pelo di capra della tenda, non più tessuti dalle donne delle nuove generazioni o vengono stesi sul

terreno per essiccare foglie e semi. Le scatole di latta si prestano a contenere conserve vegetali. Come un tempo si usava fare anche da noi, questi contenitori non vengono scartati ma utilizzati anche per alloggiare piccole coltivazioni domestiche. I *ricicli* e i *riusi* si inseriscono perfettamente nelle prassi immaginate da quella teoria della sostenibilità che potrebbe trovare nei processi conoscitivi attuati attraverso un turismo responsabile, la via alla trasformazione delle abitudini ambientali e domestiche tipiche dell'uomo occidentale moderno<sup>11</sup>.



**Foto 3. Petra (Giordania) Donne ed economia degli espedienti (Foto Rami Ceci)**

Ma il turismo ha indotto una nuova auto percezione della propria condizione sociale: l'arricchimento di alcune famiglie locali attraverso il commercio di souvenir praticato nel sito ha creato quella differenziazione economica nel reddito p.c. che ha accresciuto la stratificazione sociale all'interno della comunità dei residenti nel villaggio beduino di Umm-Sahyun<sup>12</sup> situato a ridosso del sito archeologico di Petra. Al contrario, il posizionamento di alcune famiglie ai margini delle attività turistiche più remunerative dà forma esteriore di oggettiva precarietà sociale a quella che ho definito *economia degli espedienti* in una società in transizione verso un regime di mercato. Lo si rileva dalla visione che l'immagine stessa vi restituisce (vedi foto 3), di quei tendalini traballanti sotto i quali, al riparo dal sole, anziane beduine offrono ai visitatori oggettini di recupero locali. Quasi sempre in compagnia di bimbeti impolverati e attentissimi alle pratiche di scambio, tengono in mostra sassolini di arenaria multicolori, collanine di chiodi di garofano, porta moccoli fatti passare per reperti di scavo nabatei, rosari islamici realizzati con bacche locali, sacchetti

<sup>11</sup> Serge Latouche ha suggerito recentemente come si può diventare un «economista finalmente felice», anche in occidente, conducendo una vita quotidiana «ad impatto zero», in «la Repubblica» (5 giugno 2010)

<sup>12</sup> Per un'analisi degli stili di vita dei bedu contemporanei sospesi tra tradizione e modernità si veda: L.Layne 1994; A. Abu Hoseh 1994; Lancaster W, Lancaster F., 1996; Rami Ceci, 2005)

di spezie. Cercano di venderli a prezzi competitivi ai turisti che, insofferenti della folla, scappano dalla ressa che si crea in prossimità dei *souvenir shop* allestiti di fronte alle Tombe Reali. La loro « povertà » si manifesta a noi come qualcosa che in qualche modo li accosta ai volghi delle società industrializzate moderne, costituiti oggi per lo più da immigrati e ce li rende più *vicini*. Quell' intrattenersi con i beduini locali dall'apparenza più misera e dimessa ci fa sentire più coinvolti nella loro quotidiana battaglia per la sopravvivenza. Nel dono che noi facciamo loro della nostra attenzione (vedi foto 4) e forse nel compiacimento che suscitiamo scegliendo tra le loro cose i piccoli ricordi che ci porteremo via, celiamo quel « mandato altruista » che esalta la dimensione oblativa della relazione economica che instauriamo con i locali durante la performance turistica. Ricorderò sempre con quanta soddisfazione, e partecipazione al mio compiacimento, le donne locali in varie occasioni mi hanno insegnato ad avvolgere intorno al capo la lunga sciarpa di cotone a righe, secondo l'usanza beduina. Anche nell'atto del vendermi dei souvenir non ho mai percepito da parte dei locali un atteggiamento di esclusiva soddisfazione per l'esito positivo della contrattazione, piuttosto due distinti sentimenti: da un lato la consapevolezza di aver concluso la « vendita » e realizzato, comunque, un « guadagno » ; dall'altro la gaiezza, la gratificazione, l'interesse che quel tempo speso con il visitatore suscitava.



**Foto 4. Petra (Giordania) Turiste, beduini, sacerdotesse: vicinanze, precarietà e cosmopolitismi alternativi (Foto Rami Ceci)**

Ma, come ci ha mostrato F. Affergan (Affergan 1991, 102), per inserire i "beduini" nel processo di sviluppo e consentirci di immaginare una loro promozione sociale, *occorre* che essi siano «poveri». E' proprio l'egalitarismo delle società basate sul principio della reciprocità che ci sembra oggi irrealizzabile in contesti a struttura economico sociale capitalistica. In realtà la loro indigenza è assai meno strutturale di quanto appaia ai nostri occhi.

In una società ad economia mista, le pratiche tradizionali di sostegno agli individui della comunità sono tali da rendere sopportabili le ineguaglianze economiche. «Il dono», come ci dice Latouche, «funziona *accanto* ai rapporti mercantili» (Latouche 2000, 47). Tuttavia è cosa privata e non deve apparire. Una sorta di *disemia*, come è stato detto, sembra caratterizzare quella tensione che si crea tra un comportamento ufficiale ascritto alle prassi ormai codificate del rapporto standardizzato *host-guest* e il privato dell'introspezione collettiva [Herzfeld 2003]. Nell'immaginario economico occidentale, in un mondo globalizzato, non ci possono essere altri metri di valutazione del livello dello sviluppo umano universale, se non quelli "quantitativi". Ma questa scala valoriale sulla quale, talora pagando gravi costi sociali, si inseriscono anche i PVS ha un che di pre-moderno e quasi di "primitivo", come ci fa notare lo stesso Latouche. Infatti, una volta che vi sono stati inseriti, i vari paesi, che in questo modo potranno avere l'attenzione e i riguardi economici che sono previsti per chi si colloca a certi livelli, si preoccupano essenzialmente di « conservare il proprio rango » [Latouche 2007 93; Allan 2003].

Uno degli oggetti del patrimonio culturale della società beduina è costituito da una originale maschera facciale, il *burgo*. Veniva e viene tuttora indossato presso alcune tribù in occasione di feste e matrimoni a rifinire un abbigliamento tradizionale che prevede che la donna indossi pesanti abiti finemente ricamati con fili colorati di diverso tessuto. Questa copertura facciale nascondendo soltanto alcune zone del volto più che velare le sembianze femminili crea un effetto di attrazione verso di esse proprio captando lo sguardo per la ricchezza di ornamenti dei quali è ricoperta: specchietti, monetine, conchiglie. Mi è capitato di vedere questi *burgo* indossati da alcune anziane donne durante un matrimonio, a Petra. Mi fu spiegato che solo le donne maritate possono indossarli, così come altri pesanti ornamenti costituiti da bracciali, orecchini e pettorali d'argento. Oggi, copie di questi *burgo* sono esposte nei musei antropologici giordani e altre, confezionate industrialmente chissà dove, vengono vendute presso i *souvenir shop* dei siti archeologici (vedi foto 5), proposte accanto a collari, a grossi bracciali in argento e ad altri monili caratteristici dell'artigianato beduino. Alcuni anni or sono durante un periodo di ricerca a Petra mi stavo congedando da due anziane donne bedu che sedute sotto una tenda vendevano esemplari di oggetti tradizionali ai visitatori della città antica. Ad un certo punto, quasi convinte che le mie reiterate domande circa quelle maschere facciali erano motivate da sincero interesse, me ne avevano mostrate due, autentiche, dal tessuto un po' scolorito e con gli specchietti in parte ingialliti dal tempo: tutto ciò e la ritrosia delle due donne nel mostrarli li rendeva ancora più preziosi ai miei occhi. Mi alzai decisa a non manifestare la mia delusione nell'aver compreso che non erano in vendita e ringraziandole per il tempo e la pazienza che mi avevano dedicato mi stavo accomiando da loro. Girandomi sentii che qualcosa veniva introdotto con un movimento veloce nello zaino che tenevo appeso alla spalla.



Foto 5. Petra (Giordania). Turista: performer, consumer, identity capturing (Foto Rami Ceci)

Quei *burgo* infilati furtivamente nella mia borsa, andavano a ridelineare i contorni sfocati di un uso oblativo di oggetti della produzione artigianale beduina occultati nel quotidiano uso degli stessi come «merci», nella vendita ai turisti e, come Beni identificanti la cultura tradizionale, nelle esposizioni dei musei antropologici del paese. Ma il «dono» è anche un atto conoscitivo, permette lo stabilirsi di una relazione tra chi dona e chi riceve, una relazione che sovverte e ricompone le strategie del sapere e del comunicare con l'altro attraverso il transito di cose, beni, memorie [Saldivar 1997]. Fu un «dono furtivo», quello delle anziane beduine di Petra, perché la logica manifesta del «dare e avere», anche in contesti tradizionali ormai globalizzati, deve essere quella propria di un'economia politica che nasce in occidente con la modernità cinquecentesca. Questa riconduce il mondo ad un punto di vista unico, ad uno sguardo che sa, che ha potere: quello del funzionario coloniale e dell'esploratore o del mercante e poi del politico, dell'accademico, dell'amministratore, del *tourist manager*, della guida straniera o preparata in istituzioni occidentali e via di seguito. Un'antropologia del dono nelle società post coloniali contemporanee mondializzate dovrà dunque domandarsi come nella pratica quotidiana, al contrario, dono e interesse possano ancora compenetrarsi nell'azione degli uomini, creare dialettiche non sempre facilmente decifrabili tra esplicito ed implicito, ufficiale e intimo, pubblico e privato.

## Reference List

Abu Hoseh A. 1994, *Cultural Trasformation Among Bedouins of Jordan*, Amman: Al-Hilal Press

- Albright W.F. 1935, *The excavation of the Conway High Place at Petra*, in «BASOR Bulletin of the American Schools of Oriental Research», 57: 18-26, n. 3, Amman
- Allan J.A. 2003, *Pace idrica in Medio oriente: perché non ci sono guerre per l'acqua? Uno studio del bacino del Giordano*, «Afriche e Orientali», n. 3/4: 50 - 62
- Appadurai A. 2001, *Modernità in polvere*, Roma: Meltemi
- Callari Galli M. 1999, *Lo spazio dell'incontro. Percorsi nella complessità*, Roma: Meltemi
- Caillé A. 1998, *Il terzo paradigma. Antropologia filosofica del dono*, Torino: Bollati Boringhieri
- Chambers J. 2003, *Sulla soglia del mondo. L'altrove dell'Occidente*, Roma: Meltemi
- Clifford J. 1999, *Strade. Viaggio e Traduzione alla fine del XX secolo*, Torino: Bollati Boringhieri
- Danto A.C. 2007, *La storicità dell'occhio. Un dibattito con Noël Carrol e Mark Rollins*, Roma: Armando
- Douglas M., Isherwood B. 1984, *Il mondo delle cose. Oggetti, valori, consumo*, Bologna: Il Mulino
- Herzfeld M. 2003, *Intimità culturale. Antropologia e nazionalismo*, Napoli: L'ancora del Mediterraneo
- King A.D. (a cura di) 1991, *Culture, Globalization and the World System: Contemporary Conditions for the Representation of Identity*, Basingstoke: Macmillan
- Lancaster W, Lancaster F. 1996, *Some Comments on Peasant and Tribal Pastoral Societies of the Arabian Peninsula (with Particular reference to the Kerak Plateau of Jordan)* in U. Fabietti, Salzman P.C. (Eds.), *The Anthropology of Tribal and Peasant Pastoral Societies. The Dialectic of Social Cohesion and Fragmentation*, Pavia: Ibis, 389-401
- Latouche S. 2007, *L'altra Africa tra dono e mercato*, Torino: Bollati Boringhieri (3° edizione)
- 1993, *Il pianeta dei naufraghi*, Torino: Bollati Boringhieri,
- 1989, *L'occidentalisation du monde*, Paris La Découverte, (tr. It. 1992, *L'occidentalizzazione del mondo*, Torino: Bollati Boringhieri)
- Layne L. 1994, *Home and Homeland: the Dialogics of Tribal and National Identities in Jordan*, New Jersey: Princeton University Press
- Lupo F. 2010, *Il turismo come pratica responsabile. Il caso delle Brigadas Internacionales*, Sapienza Università di Roma
- Maffesoli M. 2007, *Reliance. Itinerari tra modernità e postmodernità*, Gemona del Friuli Udine

Marconi S. 2005, *Turismo, antropologia e rapina identitaria. Casi tunisini*, in L. Rami Ceci (ed.) *Turismo e sostenibilità. Risorse locali e promozione turistica come valore*, Roma: Armando

Massad J.A. 2001, *Colonial Effects. The Making of National Identity in Jordan*, New York: Columbia University Press

Mauss M. 1965, *Saggio sul dono*, in Id. *Teoria generale della magia ed altri saggi*, Torino: Einaudi

Polanyi K. 1978, *L'economia come processo istituzionale* in K. Polanyi ( Ed.) *Traffici e mercati negli antichi imperi. Le economie nella storia e nella teoria*, Torino: Einaudi

Rami Ceci L. 2005, *Urbanization et pauvreté en Jordanie* in N. Boccella, A. Billi (sous la Direction de) *Developpement, inégalités, pauvretés*, Paris: Karthala, 203-236

---- 2008, *La Giordania tra memoria e rappresentazione. Etnografie di viaggio*, Roma: Armando

Rossetti C.G. 1979, *Antropologia del dominio coloniale e sviluppo democratico*, Napoli: Liguori

Salhins M. 1965, *On the Sociology of Primitive Exchange*, in M. Banton (ed.) *The Relevance of Models for Social Anthropology*, London: ASA Monographs, n. 1, 139-236

Saldivar J. 1997, *Border Matters: remapping American Cultural Studies*, Los Angeles – London: University of California Press

Simmel G., *Filosofia del denaro*, Torino: Unione Tipografico-Editrice Torinese

Simmel G. 2005, *Le metropoli e la vita dello spirito*, Roma: Armando

Thomas N. 1991, *Entangled Objects: Exchange, Material Culture and Colonialism in the Pacific*, Cambridge, Mass.: Harvard University Press

Tentori T. & alii 2010, Rami Ceci ( Ed.), *Elementi di antropologia economica*, Roma: Armando

Van Geldermalsen M. 2007, *Married to a Bedouin*, London: Virago Press, Penguin Books